

# 中国化妆品市场发展分析及投资前景预测报告（2013-2017）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国化妆品市场发展分析及投资前景预测报告（2013-2017）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/149173149173.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

近十年来全球化妆市场呈现一种坚韧而稳定的增长，未有一年出现过停滞或负增长情形，即使在2008 - 2009危机之年增速放缓，但很快在复苏中回到历史正常增长水平，分析认为化妆品消费者并没有在危机到来时改变购买行为，也没有降低对化妆品的价值评价，可以说消费者对化妆品的热情比以往更高，化妆品市场作为一个创新驱动特征明显的卖方市场，消费者愿意为高品质、效果显著的产品而买单。截至2011年全球化妆品市场规模达1530亿欧元。

过去十年间，我国经济持续高速增长，GDP从2001年的11.0万亿元增长到2011年的47.2万亿元，复合年均增长率达15.7%。与此同时，2011年中国人口数量已经达到13.5亿规模。随着经济的飞速发展和人民生活水平的不断提高，依托庞大的人口基数，中国已经成为了全球最大的化妆品市场之一。统计数据显示，我国化妆品市场增长迅速，2001-2011年我国化妆品市场规模复合年均增长率高达15.8%，成为全球增长最快的市场之一。2011年我国化妆品销售额超过1,000亿元，约占全球化妆品市场的6.8%，仅次于美国、日本和巴西，位居第四。

中国报告网发布的《中国化妆品市场发展分析及投资前景预测报告（2013-2017）》共十一章，首先介绍了化妆品行业的概念以及全球化妆品行业发展概况，接着分析了中国化妆品行业发展环境，然后对中国化妆品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国化妆品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国化妆品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 报告目录

#### 第一章 化妆品的相关概述

##### 第一节 化妆品的介绍

###### 一、化妆品的定义

###### 二、化妆品的主要作用

###### 三、化妆品的分类

##### 第二节 中国化妆品行业的发展沿革

###### 一、古代化妆品

###### 二、现代化妆品

##### 第三节 化妆品产业特性分析

###### 一、化妆品的产品特性

## 二、中国化妆品的监督管理特性

### 第二章 2011-2012年全球化妆品市场分析

#### 第一节 2011-2012年全球化妆品市场的总体概况

##### 一、全球化妆品的区域市场发展综述

##### 二、全球化妆品市场发展状况

##### 三、全球化妆品原料市场的新趋势

##### 四、全球化妆品产品研发潮流

#### 第二节 欧洲

##### 一、欧洲化妆品市场总体发展状况

##### 二、欧洲美容化妆品市场需求分析

##### 三、欧盟化妆品行业的新法规解读

##### 四、德国化妆品行业天然产品发展态势良好

##### 五、法国化妆品行业缓慢复苏

##### 六、俄罗斯化妆品市场容量继续扩大

##### 七、2011年俄罗斯化妆品行业发布新规

##### 八、2012年1月俄罗斯化妆品产量下降

#### 第三节 美国

##### 一、美国化妆品市场综述

##### 二、美国化妆品销售市场发展近况

##### 三、美国化妆品市场规模及发展趋势分析

##### 四、美国化妆品行业法规管理概述

##### 五、美国对化妆品标签有着严格要求

#### 第四节 日本

##### 一、日本化妆品市场的总体概况

##### 二、2011年日本化妆品内外销形势迥异

##### 三、日本化妆品企业大力开拓中老年消费市场

##### 四、日本化妆品的政府管制概述

##### 五、日本化妆品行业的发展趋势

#### 第五节 韩国

##### 一、韩国化妆品行业发展概述

##### 二、韩国化妆品企业加快在中国的发展

##### 三、韩国化妆品行业主要OEM工厂介绍

##### 四、韩国天然化妆品产业发展势头强劲

### 第三章 2011-2012年中国化妆品市场分析

#### 第一节 中国化妆品行业总体概况

## 一、“十一五”期间中国化妆品行业发展综述

### 二、我国化妆品行业OEM生产节奏加快

### 三、我国化妆品零售终端市场呈现新特点

## 第二节 2009-2011年中国化妆品市场发展分析

### 一、2009年中国化妆品行业销售状况分析

### 二、2010年我国化妆品市场掀起营养护肤新潮

### 三、2010年国内药店化妆品市场生存状况

### 四、2011年国内外企业争相布局有机化妆品市场

## 第三节 2011-2012年化妆品市场消费分析

### 一、化妆品市场消费者的构成

### 二、女性购买化妆品的心理因素研究

### 三、化妆品网络消费者的类型及购买行为

### 四、2011年化妆品网络消费状况透析

### 五、化妆品消费的新趋势分析

## 第四章 2011-2012年天然化妆品市场

### 第一节 2011-2012年全球天然化妆品市场

#### 一、全球四大天然化妆品品牌介绍

#### 二、全球天然有机化妆品市场发展状况

#### 三、美国天然化妆品进入标准化时代

### 第二节 2011-2012年绿色化妆品发展概述

#### 一、绿色化妆品的介绍

#### 二、绿色化妆品产业的特点

#### 三、建立并完善绿色化妆品产业制度的意义

#### 四、中国绿色化妆品产业法律制度完善的建议

### 第三节 2010-2012年我国天然化妆品品牌关注度分析

#### 一、2010年我国天然活性化妆品品牌关注度排行

#### 二、2011年我国天然活性化妆品品牌关注度排行

#### 三、2012年上半年我国天然活性化妆品品牌关注度排行

### 第四节 天然化妆品的发展趋势

#### 一、天然成分化妆品市场的发展趋势

#### 二、绿色化妆品在中国大有市场

#### 三、绿色化妆品专卖店投资前景可观

## 第五章 2011-2012年其他热点化妆品的发展

### 第一节 香水

#### 一、中国香水市场发展现状分析

二、我国香水消费与国外消费存在差异

三、我国香水市场的发展建议

四、香水市场消费新的走势

五、香水市场的发展方向

第二节 护体化妆品

一、美体产品的作用

二、护体化妆品市场的品牌概述

三、护体化妆品市场顾客消费走向成熟

第三节 纳米化妆品

一、纳米技术在化妆品中的应用

二、纳米化妆品具有的优势

三、纳米美容化妆品的开发概况

第六章 中国化妆品制造行业财务状况

第一节 2010-2012年中国化妆品制造行业总体数据分析

一、2010年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2011-2012年中国化妆品市场重点区域分析

第一节 广东

一、广东化妆品行业发展概述

二、广东化妆品专营店竞争局势透析

三、中山市强化化妆品产业监管

四、2011年1-10月广东汕头化妆品出口强劲增长

五、广东化妆品业亟需出“大腕”

第二节 浙江

一、浙江省化妆品专营店发展迅猛

二、浙江省化妆品市场出口情况分析

三、杭州市化妆品行业发展概况

四、2011年杭州市化妆品市场进口强劲增长

五、义乌市化妆品行业发展势头迅猛

六、2011年上半年丽水龙泉化妆品出口形势良好

### 第三节 上海

一、上海化妆品市场老牌产品受青睐

二、上海护肤品市场国货热销

三、上海男性化妆品市场份额不断扩大

四、上海出台管理规范促进化妆品专卖店发展

### 第四节 武汉

一、武汉化妆品市场中外顶级品牌扎堆

二、2011年夏季武汉欧美系高端化妆品小幅提价

三、武汉中高端化妆品市场发展空间广阔

### 第五节 其他地区

一、北京化妆品市场“一站式”零售探析

二、南京本土化妆品品牌生存现状剖析

三、成都化妆品市场发展状况

四、重庆化妆品市场消费形态分析

五、海南化妆品进口量价齐增

## 第八章 2011-2012年中国化妆品市场营销分析

### 第一节 中国化妆品行业主要市场渠道

一、批发市场

二、零售终端市场

三、专业市场

### 第二节 2011-2012年化妆品市场营销概况

一、化妆品市场营销的十大趋势透析

二、化妆品市场微博营销悄然升温

三、迪彩创新体验营销模式成化妆品行业翘楚

四、化妆品软文营销的三大关键点

### 第三节 化妆品网络营销

一、化妆品网络营销的特征和优势

二、中国化妆品网络营销发展概况

三、化妆品网络营销体系日渐完善

四、我国化妆品SNS社区营销异军突起

### 第四节 化妆品直销

- 一、化妆品直销的概述
- 二、化妆品直销企业“反周期”规律深度思考
- 三、2010年化妆品直销企业呈两极化态势
- 四、我国化妆品网上直销市场销售通路的主流趋势
- 第五节 化妆品专卖店经营
  - 一、中国化妆品专卖店市场发展现状
  - 二、化妆品专卖店成行业发展新趋势
  - 三、化妆品专卖店的运营策略探讨
  - 四、化妆品专卖店发展的前景剖析
- 第六节 化妆品梯度营销渠道的策略
  - 一、化妆品实行梯度营销的必要性
  - 二、渠道梯度
  - 三、目标消费者梯度
- 第九章 国外化妆品企业经营现状及主要品牌简介
  - 第一节 美国宝洁公司
    - 一、公司简介
    - 二、2009财年宝洁经营状况
    - 三、2010财年宝洁经营状况
    - 四、2011财年宝洁经营状况
    - 五、玉兰油
    - 六、SK-II
    - 七、沙宣
    - 八、舒肤佳
  - 第二节 美国安利公司
    - 一、公司简介
    - 二、2011年安利经营状况
    - 三、雅姿
    - 四、丝婷
    - 五、雅蜜
  - 第三节 雅诗兰黛
    - 一、公司简介
    - 二、雅诗兰黛旗下品牌
    - 三、2009财年雅诗兰黛经营状况
    - 四、2010财年雅诗兰黛经营状况
    - 五、2011财年雅诗兰黛经营状况



#### 第四节 美国雅芳

- 一、公司简介
- 二、2009年雅芳经营状况
- 三、2010年雅芳经营状况
- 四、2011年雅芳经营状况

#### 第五节 法国欧莱雅（LOREAL）

- 一、集团简介
- 二、2009年欧莱雅经营状况
- 三、2010年欧莱雅经营状况
- 四、2011年欧莱雅经营状况
- 五、巴黎欧莱雅
- 六、兰蔻
- 七、薇姿
- 八、卡尼尔
- 九、美宝莲

#### 第六节 日本资生堂（SHISEIDO）

- 一、公司简介
- 二、2009财年资生堂经营状况
- 三、2010财年资生堂经营状况
- 四、2011财年资生堂经营状况
- 五、欧珀莱
- 六、思魅欧珀莱
- 七、UNO（吾诺）
- 八、Za
- 九、URARA悠莱

#### 第七节 爱茉莉集团

- 一、公司简介
- 二、2009年爱茉莉集团经营状况
- 三、2010年爱茉莉集团经营状况
- 四、2011年爱茉莉集团经营状况
- 五、IOPE
- 六、兰芝
- 七、爱丽
- 八、雪花秀

#### 第八节 英国联合利华（UNILEVER）

一、公司简介

二、2009年联合利华公司经营状况

三、2010年联合利华公司经营状况

四、2011年联合利华公司经营状况

五、旁氏

六、力士

第十章 2010-2012年国内化妆品重点企业分析

第一节 江苏隆力奇集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第二节 霸王（广州）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第三节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第四节 索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第五节 湖北丝宝日化有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第六节 苏州尚美全球化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第七节 江苏少女之春有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第八节 北京大宝化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第九节 上海卓多姿中信化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第十节 沈阳新生活实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第十一节 浙江欧诗漫特种化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第十二节 广东拉芳日化有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第十三节 上海欧格米兰化妆品厂

一、企业概况

二、竞争优势分析

### 三、2011-2012年经营状况分析

### 四、公司发展战略分析

#### 第十四节 广东名臣有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、公司发展战略分析

#### 第十五节 烟台新时代健康产业日化有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、公司发展战略分析

### 第十一章 化妆品行业发展前景预测

#### 第一节 化妆品行业未来发展趋势

##### 一、全球化妆品市场的发展趋势探析

##### 二、绿色与有机化妆品成未来发展方向

##### 三、化妆品市场的渠道发展趋势剖析

##### 四、未来化妆品包装向环保化发展

#### 第二节 化妆品市场的发展潜力

##### 一、农村市场将逐渐成为重要的需求来源

##### 二、高校化妆品市场的发展潜力巨大

##### 三、“十二五”时期中国化妆品行业发展目标

#### 第三节 化妆品市场的发展预测分析

##### 一、化妆品市场的产值预测

##### 二、化妆品市场的市场需求预测

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/149173149173.html>